

PRESSEMITTEILUNG

Zukunftsperspektiven für die internationale Bodensee-Tourismusregion

Erstes Bodensee Tourismus Meet-Up

Konstanz (IBT) – Am Donnerstag, 05.10.2023 fand das erste Bodensee Tourismus Meet-Up der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT) in Konstanz statt. Rund 75 touristische Partnerinnen und Partner folgten der Einladung. Das neue, frische Format bietet vor allem eine optimale Möglichkeit, um grenzüberwindend Kontakte zu knüpfen und bestehende Kontakte zu vertiefen. „Der Austausch über Landesgrenzen hinweg und die gemeinsame Vermarktung ist auch der wesentliche Faktor, warum die IBT im Jahr 1997 gegründet wurde“, erläutert eingangs Jürgen Ammann (Geschäftsführer der IBT). Aufgrund dieser langen Tradition gilt die IBT heute im europäischen Vergleich als erfolgreiches Modell einer grenzüberschreitenden Tourismusorganisation, die von zahlreichen anderen Grenzregionen als Vorbild genommen wird. Gleichzeitig bereitet sich die IBT nachhaltig auf die Zukunft vor und geht aktuell eine wegweisende organisatorische Weiterentwicklung an.

Die IBT GmbH stellt sich neu auf

Als verbindende Destinationsmanagement- und marketingorganisation (DMO) ist die IBT grenzübergreifend für die komplette Vierländerregion Bodensee zuständig. Seit der „[Positionierung der Tourismusregion Bodensee](#)“ im Jahr 2012, die zur Optimierung des Destinationsmanagements der Gesamtregion diente, gab es keine bedeutende strukturelle Veränderung im Unternehmen. Eine Anpassung der Eigentümerstrategie und der Unternehmensziele für mehr Zusammenhalt und effizienteren Ressourceneinsatz ist dringend erforderlich. Mit vereinten Kräften aus allen Regionen rund um den See soll die Tourismusregion gestärkt werden. Aus diesem Grund hat die Geschäftsführung der IBT mit Gesellschafterversammlung und Aufsichtsrat eine organisatorische Umstrukturierung beschlossen. Ziel ist es, die internen und externen Prozesse und Strukturen schlanker und agiler zu gestalten, um eine effiziente und effektive Zusammenarbeit der IBT mit den zentralen Tourismusakteuren zu gewährleisten – und so die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens sicher zu stellen.

Die vergangenen Jahre haben in der Region ihre Spuren hinterlassen und den internationalen Bodensee Tourismus vor große Herausforderungen gestellt. Gleichzeitig verdeutlichen neue

Technologien und Formen der Kommunikation sowie geänderte Reisebedürfnisse den Handlungsbedarf. Basierend auf diesen Erfahrungen gilt es die IBT ganzheitlich voranzubringen.

Im Vordergrund steht dabei das von den Eigentümern definierte Unternehmensziel, einen nachhaltigen Tourismus im ganzheitlichen Sinne zu fördern – wertschöpfungsstark, ökologisch verträglich und sozial verantwortlich. Daraus leiten sich vier Kernaufgaben ab, welche die IBT grundsätzlich zu erfüllen hat:

1. Positionierung der Tourismusregion Bodensee durch Bündelung von Stärken, Angeboten und Produkten: Die IBT als Unternehmen entwickelt selbst keinerlei touristische Produkte. Dies ist Aufgabe der regionalen Organisationen und der touristischen Leistungsträger. Einziges touristisches Produkt der IBT ist die [Bodensee Card PLUS](#), die von der IBT angeboten und vertrieben wird.
2. Überregionale und internationale Marktbearbeitung: In enger Abstimmung mit den regionalen Organisationen werden von der IBT ausgewählte überregionale und internationale Märkte bearbeitet.
3. Bereitstellung von überregionalen Plattformen im digitalen Bereich: Eine Kernaufgabe der IBT ist es digitale Plattformen bereitzustellen, welche die Tourismusregion Bodensee mit ihren unterschiedlichen Destinationen und vielfältigen Angebote bzw. Stärken gesamthaft darstellen.
4. Konkurrenz- und Marktbeobachtung als Grundlage für touristische Innovationen: Neben der laufenden Beobachtung der touristischen Entwicklung in der Tourismusregion Bodensee gehört die Beobachtung ausgewählter Konkurrenzregionen und die laufende Trendbeobachtung zu den Kernaufgaben der IBT.

Im nächsten Schritt geht es um klare Aufgabendefinitionen mit konkreter Tätigkeitsbeschreibung samt Maßnahmenzuordnung in den jeweiligen Bereichen. Auch eine eindeutige Definition der zu bearbeitenden Themen und Märkte inklusive Etablierung einer Zielkultur ist vorgesehen. Dabei ist das Aufgabenfeld der IBT mit den Zuständigkeiten der regionalen DMOs aufeinander abzustimmen. Die IBT soll innerhalb des Tourismussystems am Bodensee zunehmend eine netzwerkorientierte Destinationsverantwortung übernehmen.

4.409 Zeichen. Abdruck frei. Beleg erbeten.

Über die IBT GmbH:

Die Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) ist die verbindende Destinationsmanagement- und Marketingorganisation der Vierländerregion Bodensee. Dabei vertritt die IBT GmbH die Interessen von neun Gesellschaftern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein. Die

Vision der IBT GmbH ist es, die Bodenseeregion als nachhaltige Genuss- und Aktivregion im Herzen Europas zu etablieren und die damit verbundenen positiven Auswirkungen des Tourismus auf die Bevölkerung zu erhöhen. Zu ihren Kernaufgaben zählen die Bündelung von Stärken, Angeboten und Produkten, die überregionale und internationale Marktbearbeitung, Bereitstellung digitale Plattformen sowie Konkurrenz- und Marktbeobachtung für Medien, Reiseveranstalter und Geschäftspartner. Das zentrale Produkt der IBT GmbH für Gäste und Einheimische ist die Bodensee Card PLUS, welche über 160 Leistungsträger aus vier Ländern verbindet und länderübergreifende Reiseanlässe schafft. www.bodensee.eu

Medienkontakt:

Internationale Bodensee Tourismus GmbH | Hafenstraße 6 | 78462 Konstanz | Deutschland
Markus Böhm | Tel. +49 7531 9094-10 | boehm@bodensee.eu | www.bodensee.eu