



Bildung von Institutionen für die Tourismusdestination Bodensee

Klaus-Dieter Schnell, Leiter IBK-Geschäftsstelle

Erfahrungsaustausch zur grenzüberschreitenden Zusammenarbeit
BMI/Euro-Institut, Berlin, 13. September 2013



IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

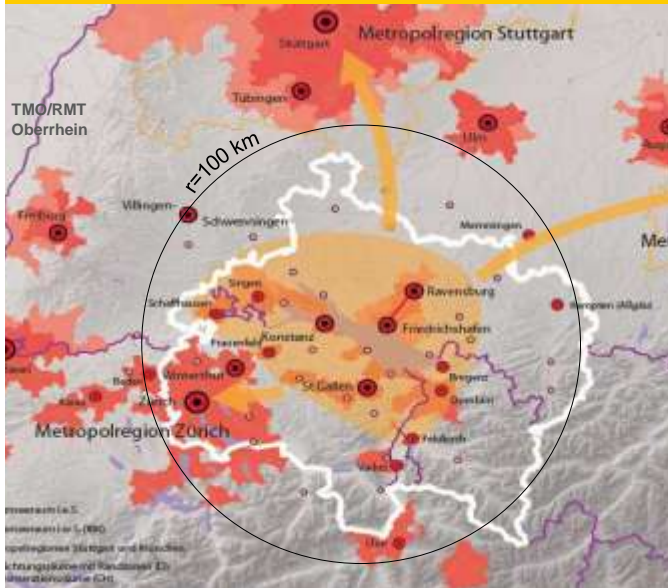
Agenda



1. Die internationale Bodenseeregion
2. Der Bodensee als Tourismusdestination
3. Institutionen im Tourismus
4. Fazit



Facts zur Bodenseeregion



- Kapp 4 Mio. Einwohner
- 16'100 km²
- Bodensee = Trinkwasse für 4-5 Mio. Menschen
- ca. 2 Mio. Beschäftige im 2.+3. Sektor
- 50'000 Grenzpendler
- BIP (2008) 186 Mrd. €/a (49'000 €/Ew.)
- 10 Mio./a. Gäste/ Erholungssuchende
- „hot spots“ und ländliche Räume
- Bodensee

Zusammenarbeit in hunderten Institutionen...



- Internationale Bodensee Konferenz
- Internationale Bodensee Tourismus GmbH
- Parlamentarierkonferenz
- Internationaler Bodensee Club
- Bodensee Schifffahrtskommission
- Internationale Gewässerschutzkommission für den Bodensee
- Bodenseerat, Bodensee-Stiftung
- EURES Bodensee
- BioLago, ...
- > 350 Interreg-Projekte mit >1500 Partnern



Eckpunkte für den Tourismus am Bodensee



- Allmend = Grundlage touristischer Produkte
- Politisches Ziel: grenzüberschreitend koordinierter Tourismus (Umwelt, Wirtschaft)
- Keine einheitliche Abgrenzung d. Region
- Unterscheidung: Uferbereich und umliegender Einzugs- und Angebotsbereich
- Wirtschaftsfaktor: 1,8 Mrd. € Umsatz p.a.

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Tourismus: Marke Bodensee



Plakat von 1889

- Vielfältig: See, Berge, Städte, Landschaft
- Bekanntheitsgrad heute: 90% in D (davon waren 80% da)
- Sehr lange gemeinsame Vermarktung

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Erste Institutionen



- 1824 Beginn des grenzüberschreitenden Linienverkehrs auf dem Bodensee
- 1902 Int. Bodensee-Verkehrsverein IBV
 - Leistungsträger, Städte, Gemeinden
 - grenzüberschreitende Vermarktung
 - Kleines Budget, GF durch Tourismusverband Bodensee-Oberschwaben
 - heute: Verband der Tourismuswirtschaft Bodensee (nur noch Tourismusbetriebe)

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Int. Bodensee Tourismusgesellschaft (IBT GmbH)



- GmbH nach D-Recht, gegründet 1997
- vermarktet Bodenseeregion als Tourismus-ziel regional und überregional
- Gesellschafter: Landkreise, Tourismusorganisationen Oberschwaben, Land Vorarlberg, CH-Kantone, FL sowie VTWB als Verein der Tourismusunternehmen
- Aufgabe: zentrale Vermarktung, Marke, Info, Produkte

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Herausforderungen für das Tourismusmanagement



- unterschiedliche Tourismusintensität
- unterschiedliche Organisationsgrade
- unterschiedliche Institutionen (öff.-rechtl, gemischt, privat)
- unterschiedliche Erwartungen
- unterschiedlicher Bezug zum Bodensee

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Heutige Ausgangslage



Abb. Int. Bodensee Tourismus GmbH, D. Pahl

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Interreg-Projekt Positionierung Ergebnis: Tourismusstrategie



Abb. IDT-HSG, Positionierung Bodenseetourismus

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Ergebnis: Markenthemen



Abb. IDT-HSG, Positionierung Bodenseetourismus

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Neukonfiguration: IBT GmbH



- IBT = virtuelle Dachorganisation
- Projektorientiertes Arbeiten, interessierte Partnern geben Aufträge
- Klar definierte Aufgaben für internat. Bereich
 - Strategieführung (z.B. Ganzjahrestourismus)
 - Qualitätsmanagement, Organisation der gÜZ
 - Markenführung, Ausbau Markeninhalte
 - Internationale Marktbearbeitung

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Neukonfiguration: IBV e.V.



- Sonderstellung unter den weiteren (öffentlichen) Anspruchsgruppen
- Geografisch selbe Reichweite wie IBT
- Strategischer Partner
- Operativ als Projektpartner, ggf. Dienstleister

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Neukonfiguration: D-Seite

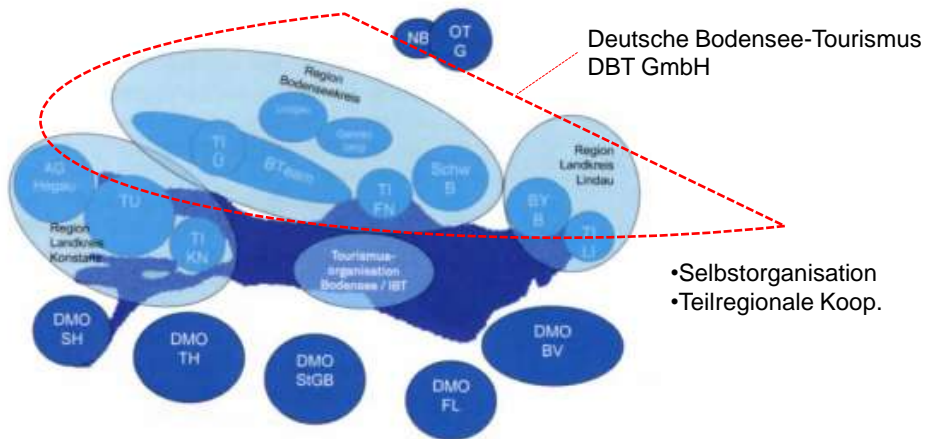


Abb. Int. Bodensee Tourismus GmbH, ergänzt

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Faktoren für Kooperation



Förderlich

- Ggs. Abhängigkeiten
- Man kennt sich
- Vertrauen vorhanden
- Ressourcen gemeinsam genutzt
- Gestärkte, bestätigte Kommunikation

Hinderlich

- Grenzhindernisse, z.B. Währungskurs
- Fehlende Info und kurzfristige Optiken
- Konkurrenzen

IBK | grenzenlos | kreativ | vernetzt

Fazit



- Nicht-rationale Faktoren sehr wichtig
- Daher: gute Aussichten für grenzüberschreitenden Bodenseetourismus
- Territoriale vs. funktionale Optik
- EVTZ o.a. andere Rechtsformen derzeit kein Thema