

PRESSEMITTEILUNG

Internationaler Bodensee Tourismus

Optimismus, Impulse und Maßnahmen für das erste Tourismusquartal 2022

Konstanz (IBT GmbH) – Die Auswirkungen der Pandemie werden die Reisebranche weiterhin begleiten, prägen und stark fordern. Als Destination, welche von der „Grenzüberwindung“ lebt, ist der internationale Bodensee Tourismus im besonderen Maße betroffen. Ein gemeinsamer Schulterschluss mit klaren Zuständigkeiten, effizienten Strukturen und mit weniger regionalem Eigensinn ist notwendiger denn je. Viel zu oft verhindern fehlende bzw. ländergebundene Ressourcen sowie der mangelnde Gemeinsinn für das internationale Bodenseegebiet, dass erforderliche Schritte für ein ganzheitliches Vermarkten der Bodenseeregion umgesetzt werden können. Dennoch blickt man bei der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) mit Optimismus auf den Restart 2022. Im ersten Quartal stehen bereits drei wichtige Maßnahmen – die Weiterentwicklung der Bodensee Card ^{PLUS}, die vierte Auflage des Bodensee Sales Guides und der digitale Bodensee Medientag – in den Startlöchern. Besonders in den Bereichen verträgliches Reisen, Digitalisierung sowie bei der Einheimischen-Vermarktung möchte man dabei nochmal sichtliche Impulse setzen. Gleichzeitig gilt es weiterhin gezielt neue Gäste für die Nebensaison zu begeistern.

Die Bodensee Card ^{PLUS}

Die [Bodensee Card ^{PLUS}](#) hat sich als Premiumprodukt etabliert und verbindet ganzjährig mehr als 160 Attraktionen über Ländergrenzen hinweg in Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein. Sie gehört zu den beliebtesten und am besten angenommenen All-inclusive-Karten im deutschsprachigen Raum. Im herausfordernden Jahr 2021 konnten über 15.000 Karten abgesetzt sowie viele neue PartnerInnen gewonnen werden. Seit Anfang des neuen Jahres ist mit dem Ravensburger Spieleland zudem eine weitere Top-Attraktion dazugekommen. Richtungsweisende Neuerungen, wie beispielsweise ein kontaktloser Express-Check-in oder die Flexibilisierung des Nutzungszeitraums und die Ausrichtung auf Einheimische, konnten bereits umgesetzt werden. 2022 steht ein großer System-Relaunch an. Im Zuge dessen soll ein neuer Onlineshop, ein Affiliate- sowie ein Gutscheinsystem und ein mobiles Ticket im Jahr 2023 eingeführt werden.

Der Bodensee Sales Guide 2022/2023

Auch das Interesse ausländischer Gäste an der Bodenseeregion nimmt, sowohl bei Individualreisenden als auch bei Reisegruppen, wieder zu. Passend hierzu erscheint im Februar die vierte Ausgabe des englischsprachigen Bodensee Sales Guide (Verkaufsfleifaden) für internationale Reiseveranstalter. Präsentiert und vermarktet werden auf 64 Seiten Erlebnis-, Mobilitäts- und Übernachtungsbausteine sowie thematische Programmanschlüge zu allen Jahreszeiten. Diese sollen insbesondere zur Entwicklung von individuellen Reiseangeboten inspirieren. Der Bodensee Sales Guide ist das zentrale Element der IBT GmbH zur Beratung und für den Vertrieb von touristischen Leistungen aus allen vier Anrainerländern der Bodenseeregion. Wesentliche Einsatzgebiete sind Reiseveranstalter-Workshops, wie beispielsweise der GTM Germany Travel Mart, die größte Incoming-Veranstaltung für das Reiseland Deutschland. Zudem dient er als Grundlage für individuelle Beratungsgespräche mit Reiseveranstaltern sowie bei Studienreisen. Ziel ist es die Wertschöpfung in der Region ganzjährig zu steigern und das einzigartige Vier-Länder-Erlebnis mit den fokussierten Themen, wie regionaler Genuss, kulturelles Erbe oder verantwortungsvoller Aktivurlaub, am internationalen Markt zu positionieren.

Der Bodensee Medientag 2022

Der [Bodensee Medientag](#) ist gespickt mit thematischen Highlights, erfrischenden Reiseinspirationen und echten Glanzpunkten. Bereits zum zweiten Mal findet am 04. März 2022 das länderübergreifende Medienevent mit ausgewählten Tourismusakteuren aus der Vierländerregion und bis zu 150 registrierten TeilnehmerInnen statt. Nach erneuten Absagen der CMT in Stuttgart und der ITB Berlin mit den dazugehörigen Medienveranstaltungen hat die IBT GmbH ihr 2021 neu eingeführtes digitales Medienformat modifiziert. Neben einer digitalen Pressekonferenz wird anschließend ein virtueller Austausch mit Einzel- oder Kleingruppengesprächen zwischen TouristikerInnen und interessierten MedienvertreterInnen angeboten. Für dieses digitale Event wurde eine State-of-the-Art Plattform mit dem Partner Meetingland konzipiert. Damit möchte die IBT GmbH einen weiteren Meilenstein im digitalen Veranstaltungsmanagement setzen und das Event so persönlich und realitätsnah wie möglich gestalten. Für Medienschaffende ist die Teilnahme am Bodensee Medientag kostenfrei. Die kontingierten Tickets sind ab Mitte Februar auf bodensee.eu/presse erhältlich.

4.707 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 acht Gesellschaftern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein. Die Vision der IBT GmbH ist es, die Bodenseeregion als attraktive Ganzjahresdestination im Herzen Europas zu etablieren und die damit verbundenen positiven Auswirkungen des Tourismus auf die Bevölkerung zu erhöhen. Zu ihren Aufgaben zählen u. a. Marktbearbeitung und Imagewerbung auf nationalen und internationalen Märkten. Das zentrale Produkt der IBT GmbH ist die Bodensee Card PLUS, welche über 160 Leistungsträger aus vier Ländern verbindet und für Gäste sowie Einheimische länderübergreifende Reiseanlässe schafft.

Medienkontakt:

Internationale Bodensee Tourismus GmbH | Hafenstrasse 6 | 78462 Konstanz | Deutschland

Markus Böhm | Tel. +49 7531 9094-10 | boehm@bodensee.eu | www.bodensee.eu

Ann-Kathrin Scheidig | Tel. +49 7531 9094-19 | scheidig@bodensee.eu | www.bodensee.eu