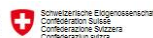
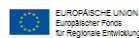


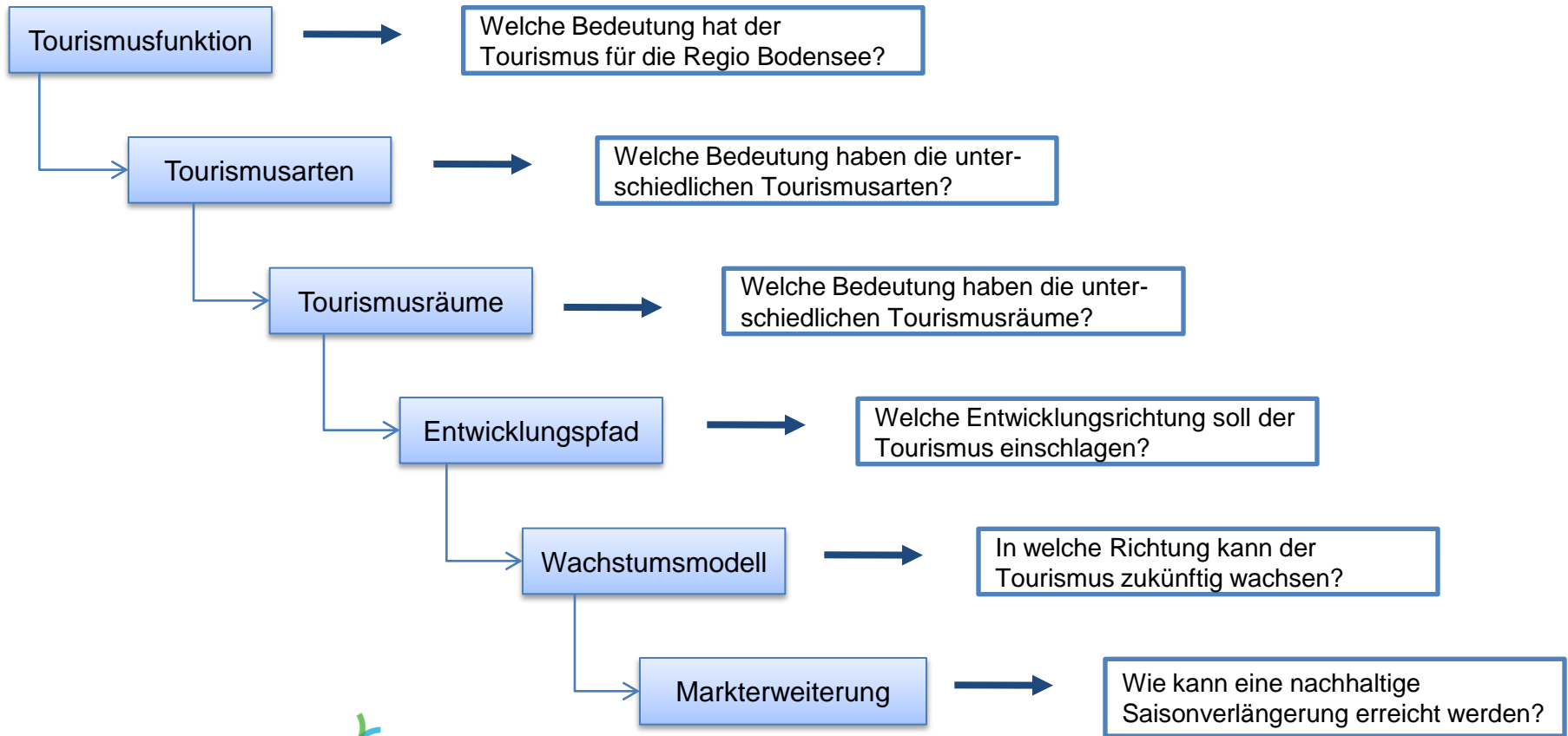


InterregIV-Projekt „Positionierung Bodensee“

Modul 2: Die Tourismusstrategie Bodensee



Die Struktur der Strategie



Die Funktionen des Tourismus

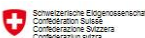


Zielsetzung

Der Tourismus am Bodensee stellt einen eigenständigen Wirtschaftssektor dar, der für die Region mit seinen Arbeitsplätzen und seiner Wertschöpfung von großer Bedeutung ist. Gleichzeitig leistet der Tourismus mit seinen Angeboten einen entscheidenden Beitrag zur Standortattraktivität der Region. Von dieser profitiert die Bevölkerung, die hier lebt, ebenso wie die Wirtschaftsunternehmen, die hier ihren Standort haben.

Schlüsselprojekt

- Enge Kooperation der beiden INTERREG-Projekte „Tourismuspositionierung“ und „Internationaler Wirtschaftsraum Bodensee“ mit dem Ziel der Schaffung eines übergeordneten Markenkonzeptes für die Regio Bodensee .



Die unterschiedlichen Tourismusarten

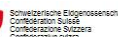


Zielsetzung

Die Grundpfeiler des Tourismus am Bodensee sind der Übernachtungstourismus (Urlaubs- und Geschäftstourismus), der Tages- und der Freizeittourismus. Diese generieren eine erhebliche Wertschöpfung für die Region. Für den langfristigen Erhalt der Angebote sind dabei alle diese Tourismusarten notwendig. Dies gilt insbesondere für den Erhalt der Attraktionspunkte, für die vor allem der Tagestourismus und die Freizeitaktivitäten der regionalen Bevölkerung von Relevanz sind.

Schlüsselprojekte

- Weiterentwicklung der BodenseeErlebniskarte (BEK)
- Tourismusmonitoring Bodensee



Die unterschiedlichen Tourismusräume

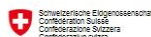


Zielsetzung

Die Tourismusregion Bodensee zeichnet sich durch eine differenzierte Raumstruktur aus, wobei der Tourismus in den einzelnen Teilräumen unterschiedliche Funktionen hat. Diese Unterschiedlichkeiten zeichnen das touristische Produkt der Region aus. Der „klassische“ Bodenseetourismus konzentriert sich dabei vor allem auf den engeren Bodenseeraum. Zu den umliegenden Regionen bestehen dabei enge wechselseitige Beziehungen, von denen beide Seiten profitieren. Im Sinne einer variablen Geometrie wird deshalb die Tourismusregion Bodensee entsprechend der jeweiligen Funktionen und Zielsetzungen abgegrenzt.

Schlüsselprojekt

- Organisationsentwicklung IBT GmbH (Modul 4)



Die zukünftige Entwicklungsrichtung

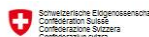


Zielsetzung

Um langfristig die wirtschaftliche Grundlage und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusregion Bodensee zu sichern, ist weiterhin ein Wachstum des Tourismus notwendig. Dieses Wachstum soll sowohl quantitativer als auch qualitativer Art sein. Hier ist einerseits eine Erhöhung der Gästezahlen anzustreben, wobei es nicht zu einer weiteren Erhöhung der bereits existierenden saisonalen Spitzen kommen soll. Andererseits ist auch eine Erhöhung der Wertschöpfung notwendig, die aus dem Tourismus für den einzelnen Betrieb und für die Region resultiert.

Schlüsselprojekt

- Ausweitung des Projektes „Perlenkette am Hochrhein und Bodensee“ auf die gesamte Regio Bodensee



Die Wachstumsstrategie

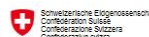


Zielsetzung

Der Tourismus am Bodensee soll im Bereich des Übernachtungstourismus weiterhin wachsen. Die Schaffung zusätzlicher Bettenkapazitäten im gewerblichen Bereich ist hierfür eine zwingende Voraussetzung. Das Wachstum der Logiernächtezahlen soll aus einer Erhöhung der Bettenauslastung im Jahresverlauf und aus der Verlängerung der Saison in Richtung eines Ganzjahresbetriebes erfolgen.

Schlüsselprojekt

- Ausweitung des Projektes „Perlenkette am Hochrhein und Bodensee“ auf die gesamte Regio Bodensee



Markterweiterung als Strategie



Zielsetzung

Um ein nachhaltiges Wachstum der Gästezahlen durch eine Saisonverlängerung zu erreichen, müssen - neben dem Ausbau der bestehenden Märkte – zwingend neue Märkte und neue Zielgruppen erschlossen werden. Dazu werden ergänzend zu den bisherigen „klassischen“ Bodenseeangeboten neue Angebote entwickelt und entsprechend auf dem (internationalen) Markt positioniert. Die derzeitig wahrgenommene Marke Bodensee muss in diese Richtung weiterentwickelt werden, ohne dabei jedoch die bestehende Basis aufzugeben.

Schlüsselprojekt

- Regelmässige Weiterführung der Incoming-Veranstaltung
- Internationalisierungsstrategie

